ABSTRAK

Fitriani, 2025. *Analisis Penggunaan Teknik Personal Selling Dan Advertising Dalam Penjualan Polis Asuransi Di PT Asuransi Umum Bumida 1967 Cabang Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing I: M. Qamaruddin, ME, dan Pembimbing II: Dr. Ilham Akbar, SH, M.Kn.

Kata Kunci: *Advertising, Personal Selling,* Penjualan Polis.

Era globalisasi dan perdagangan bebas sangat memengaruhi pertumbuhan perusahaan asuransi di Indonesia. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, setiap perusahaan perlu memiliki strategi pemasaran yang mampu menjangkau masyarakat luas serta menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Penelitian ini merupakan studi lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terhadap tiga informan dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui proses *editing*, *classifying*, *verifying*, dan *concluding*. Fokus penelitian ini adalah penggunaan teknik *personal selling* dan *advertising* dalam penjualan polis asuransi di PT Asuransi Umum Bumida 1967 Cabang Martapura.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik *personal selling*, menjadi strategi utama dalam pemasaran produk asuransi di PT Asuransi Umum Bumida 1967 Cabang Martapura. Teknik ini menekankan pada interaksi langsung antara agen dan calon nasabah, memberikan dampak signifikan dalam membangun kepercayaan dan mempercepat proses pengambilan keputusan pembelian. Di sisi lain, *advertising* turut berperan penting dalam membentuk citra merek serta memperluas jangkauan promosi melalui media cetak, digital, dan media luar ruang. Sinergi antara kedua strategi ini terbukti mendukung komunikasi pemasaran dan memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan industri asuransi. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kemampuan komunikasi agen serta optimalisasi konten iklan yang edukatif dan relevan sebagai langkah strategis dalam merancang promosi yang berkelanjutan.